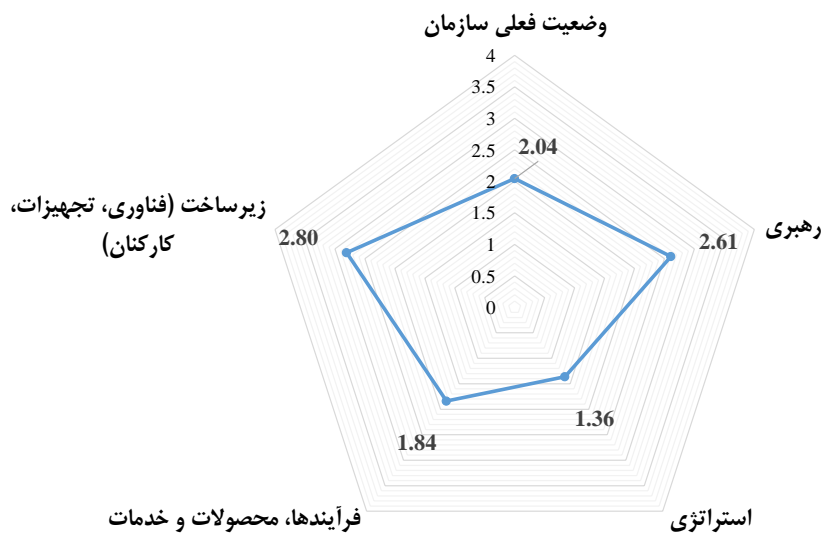


ردیف	بعد تحلیل	عوامل کلیدی موفقیت در وفاداری مشتریان بانک	وضعیت فعلی عامل	میزان اهمیت عامل در موفقیت واحد وفاداری مشتریان (۱ تا ۱۰)
۱	رهبری	منابع مالی لازم به ابتکارات وفاداری مشتری در سازمان اختصاص داده شده است.	4	2.43902439
۲		این سازمان، استراتژی‌های مربوط به چشم‌انداز، مأموریت و اهداف سازمانی را در معاونت‌ها جاری‌سازی کرده است.	2	1.707317073
۳		در این سازمان، هماهنگی سازمانی لازم برای رسمیت بخشیدن به اصول وفاداری مشتریان انجام شده است. (همسو بودن کلیه معاونت‌ها در جهت وفاداری مشتریان)	2	2.43902439
۴		مدیران اختیارات مدیریتی لازم را در حوزه تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل استراتژی‌ها را در سازمان دارند.	3	1.219512195
۵		مدیران از برنامه‌ها و استراتژی‌های وفاداری مشتریان رقبا اطلاع کافی و دقیق دارند.	2	1.219512195
۶		نظام انگیزشی مناسبی به منظور توسعه خلاقیت و نوآوری و توسعه مشارکت کارکنان در سازمان پیاده‌سازی شده است.	3	0.731707317
۷		تخصیص منابع برای فعالیت‌ها و اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت شرکت به صورت متوازن و برنامه‌ریزی شده انجام می‌شود.	2	1.463414634
۸	استراتژی	نیازهای مشتریان به طور نظام‌مند پیش بینی می‌شوند.	1	2.43902439
۹		فرآیندهای سازمان‌یافته‌ای برای دریافت نیازهای مشتریان وجود دارد.	1	2.43902439
۱۰		درک شفاف از اینکه چه چیزهایی سازمان را از منظر مشتریان، ویژه و با ارزش جلوه می‌دهد، وجود دارد.	1	2.43902439
۱۱		استراتژی به طور مؤثر با کارکنان و ذی‌نفعان سازمان در میان گذاشته شده است.	2	1.707317073
۱۲		ساختار سازمانی همسو با استراتژی‌های کلان در معاونت طراحی شده است.	2	1.707317073
۱۳		برنامه و اهداف تجاری مشخص در زمینه جذب مشتریان جدید در سازمان وجود دارد.	1	2.43902439
۱۴		برنامه و اهداف تجاری مشخص در زمینه حفظ مشتریان و افزایش فروش به مشتریان کنونی در سازمان وجود دارد.	1	2.43902439
۱۵		برنامه و اهداف تجاری مشخص در زمینه بازگردانی مشتریان در سازمان وجود دارد.	1	2.43902439
۱۶		برنامه‌ها و اهداف تجاری در زمینه جذب مشتریان جدید در سازمان به طور منظم پایش و بازنگری شده و از آن‌ها یادگیری حاصل می‌شود.	2	2.43902439
۱۷		برنامه و اهداف تجاری در زمینه حفظ مشتریان و افزایش فروش به مشتریان کنونی در سازمان به طور منظم پایش و بازنگری شده و از آن‌ها یادگیری حاصل می‌شود.	2	2.43902439
۱۸		برنامه و اهداف تجاری در زمینه بازگردانی مشتریان در سازمان به طور منظم پایش و بازنگری شده و از آن‌ها یادگیری حاصل می‌شود.	2	2.43902439
۱۹		شاخص‌های کلیدی عملکرد در معاونت تدوین شده است.	1	1.951219512
۲۰		شاخص‌های کلیدی عملکرد در معاونت به طور منظم پایش و بازنگری شده و از آنها یادگیری حاصل می‌شود.	1	2.43902439
۲۱		فرآیندها، محصولات و خدمات	معاونت به‌طور مستمر فرآیندهای کلیدی خود را طراحی، مدیریت و اندازه‌گیری کرده و بهبود می‌دهد.	1
۲۲	فرآیندهای کاری به طور مؤثر برای کارکنان تشریح شده است.		2	1.951219512
۲۳	مشتریان سازمان به طور کلیدی دسته‌بندی شده‌اند.		2	2.195121951
۲۴	معاونت محصولات و خدمات خود را مطابق با نیازها و خواسته‌های مشتریان سفارشی‌سازی می‌کند.		1	2.195121951
۲۵	کانال‌های ارتباطی با مشتریان با یکدیگر همسو بوده و در همه نقطه تماس با مشتریان اطلاعات یکسانی در اختیار مشتریان قرار می‌دهند.		1	2.43902439
۲۶	شیوه پاسخ‌گویی به مشتریان در مرکز تماس استانداردسازی شده است.		2	1.951219512
۲۷	اطلاع‌رسانی به موقع به مشتریان پیرامون محصولات و خدمات بانک از طریق کانال‌های اجتماعی (سایت، موبایل بانک، همراه بانک و ...) صورت می‌گیرد.		1	2.195121951
۲۸	اطلاع‌رسانی به موقع به مشتریان پیرامون محصولات و خدمات بانک از طریق شعب و بنرها و بروشورهای موجود در شعب صورت می‌پذیرد.		2	1.951219512
۲۹	اطلاع‌رسانی به موقع به مشتریان پیرامون محصولات و خدمات بانک از طریق مرکز تماس صورت می‌پذیرد.		1	1.463414634
۳۰	سازمان محصولات و خدمات خود را به‌گونه‌ای بازاریابی و ترویج می‌کند که فروش، درآمد و سودآوری را بهینه نماید.		3	2.43902439
۳۱	مشتریان به راحتی می‌توانند انتقادات، پیشنهادات و شکایات خود را به بانک انتقال دهند.		3	1.707317073
۳۲	سوالات و شکایات مشتریان در مرکز تماس به سرعت پاسخ داده می‌شود.		3	1.951219512

1.707317073	3	با استفاده از فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های به‌روز امور اجرایی معاونت کنترل و پایش شده و گزارش‌های مربوطه تحلیل و ارائه می‌شود.	زیرساخت (فناوری، تجهیزات، کارکنان)	۳۳
1.707317073	4	طراحی و دیزاین در شعب بانک، یکپارچه و مشابه به هم است.		۳۴
1.707317073	3	کانال‌های ارتباطی به‌روز جهت برقراری ارتباط با مشتریان در سازمان طراحی و پیاده‌سازی شده است.		۳۵
2.43902439	3	سیستم سنجش رضایت مشتری در معاونت پیاده‌سازی شده است.		۳۶
1.707317073	2	دستگاه‌های پوز، خودپردازها و کس‌اس‌ها به موقع پشتیبانی شده و ایرادات آن سریع برطرف می‌شوند.		۳۷
2.195121951	2	سرعت انتقال وجه از طریق دستگاه پوز به خوبی انجام می‌شود.		۳۸
2.43902439	3	سرعت عمل در ارائه خدمات به مشتریان در شعب مناسب است.		۳۹
2.43902439	3	سرعت عمل در ارائه خدمات به مشتریان در همراه بانک و موبایل بانک مناسب است و قطع و وصل در سیستم‌های الکترونیکی سازمان بسیار ناچیز است.		۴۰
1.951219512	3	طراحی و دیزاین شعب موجب خشنودی و افزایش رضایت آن‌ها می‌شود.		۴۱
1.951219512	3	از تمامی دانش و قابلیت‌های کارکنان در معاونت بهره گرفته می‌شود.		۴۲
2.195121951	2	برنامه‌های آموزش کارکنان جهت تقویت و توسعه مهارت آنان در زمینه وفادارسازی مشتریان طراحی و پیاده‌سازی شده است.		۴۳
2.43902439	3	مشتریان از محصولات و خدمات بانک رضایت کاملی دارند.		۴۴
2.195121951	2	مشتریان از خدمات الکترونیکی بانک (همچون سایت، اپلیکیشن‌ها و همراه بانک و ...) رضایت کاملی دارند.		۴۵
1.951219512	2	مشتریان از خدمات مرکز تماس رضایت کاملی دارند.		۴۶
1.951219512	3	مشتریان از برخورد کارکنان و مدیران شعب رضایت کاملی دارند.		۴۷
1.951219512	1	تعداد مشتریانی که از محصولات و خدمات غیرحضوری (همچون اپلیکیشن‌ها و ...) استفاده می‌کنند، بالاست.		۴۸
1.951219512	2	کانال‌های ارتباطی با مشتریان اتربخشی لازم و کافی را در سازمان دارند.		۴۹
			نتایج حاصل از فرآیندها	

تحلیل نمودار رادار براساس مدل APO



2.0439	204.39	100	وضعیت فعلی سازمان
2.6087	29.2683	11.2195	رهبری
1.36066	40.4878	29.7561	استراتژی
1.83838	44.3902	24.1463	فرآیندها، محصولات و خدمات
2.80435	62.9268	22.439	زیرساخت (فناوری، تجهیزات، کارکنان)

